



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
DISCIPLINA: MONOGRAFIA
PROFESSOR ORIENTADOR: SEVERINO FRANCISCO

Futebol, Imprensa e Sociedade

Uma análise do jornalismo esportivo na sociedade brasileira

Fabio Souza Diniz
RA: 20292319

Brasília, Outubro de 2006

Fabio Souza Diniz

Futebol, Imprensa e Sociedade

Trabalho ao curso de Comunicação Social, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Orientador: Prof. Severino Francisco

Brasília, Outubro de 2006

Fabio Souza Diniz

Futebol, Imprensa e Sociedade

Trabalho ao curso de Comunicação Social, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Banca Examinadora

Prof. Severino Francisco
Orientador

Prof^a. Claudia Maria Busatp
Examinadora

Prof. Renato Ferraz
Examinador

Brasília, Outubro de 2006

RESUMO

Este trabalho se propõe a analisar as relações entre três setores da sociedade: a comunidade futebolística, a imprensa e a própria sociedade. A visão presente nesta monografia é a de essas três partes não estão separadas umas das outras, mas estão contidas umas nas outras e constantemente interagem entre si, influenciando e sendo influenciadas. Outro aspecto desta monografia é analisar a missão social do jornalismo, buscando em sua história e constituição informações que nos possibilitem enxergarmos onde a imprensa se localiza na dinâmica da sociedade e qual a relevância de seu papel e, mediante o estudo de reportagens esportivas produzidas na atualidade, descobrir se esse papel social inerente ao exercício jornalístico tem sido cumprido ou não pelos membros da imprensa.

Palavras-chave: crítica da mídia, jornalismo esportivo e sociologia do esporte

Sumário

1	Introdução	8
1.1	Antecedentes	8
1.2	Problematização	8
1.3	Estado da Questão	9
1.4	Justificativa	11
1.5	Objetivos	12
1.5.1	Objetivo geral	12
1.5.2	Objetivos específicos	12
1.6	Hipóteses	13
1.6.1	Hipótese 1	13
1.6.2	Hipótese 2	14
1.7	Fundamentação Teórica	14
1.8	Metodologia	14
2	Revisão Bibliográfica	16
2.1	As obras e seus autores	16
2.1.1	Universo do Futebol	16
2.1.2	O Negro no Futebol Brasileiro	17
2.1.3	João Sem Medo e À Sombra das Chuterias Imortais	18
2.1.4	Teorias do Jornalismo	18
2.2	Dinâmica de interação das obras	19
3	Casos de interação entre futebol e sociedade	21
3.1	A inclusão social do negro no século XX	21
3.1.1	Oposições sofridas durante o processo	22
3.1.2	A abertura do mercado para jogadores negros e mestiços	23
3.2	O futebol em tempos de ditadura	24
3.2.1	A seleção campeã da Copa do Mundo do México	24
3.2.2	Estratégias da ditadura para se promover usando o futebol	25
3.2.3	A interferência da ditadura no futebol e os consequentes atritos	26
4	Futebol e mídia	27
4.1	O futebol como rito e o sentimento de pertencimento	27
4.2	Como a mídia usa rito futebolístico	27
4.2.1	Uma perspectiva midiática do caso da ditadura militar	28
4.2.2	Campanhas publicitárias em tempos de Copa do Mundo	29
4.3	Futebol como meio	30
5	A imprensa — breve histórico e pólo ideológico	32
5.1	Breve histórico	32
5.2	O plano ideológico e o <i>ethos</i> jornalístico	33
5.2.1	Conceitos básicos do <i>ethos</i> jornalístico	33
6	Análise da produção jornalística esportiva	35
6.1	Coleta	35
6.2	Resultados	35
7	Conclusão	37
	Referências	39

1 Introdução

1.1 Antecedentes

Percebendo que o Brasil passa por um momento peculiar de sua história, qual seja, uma grande crise política, aliada a um ano eleitoral e ano de Copa do Mundo, tenciono analisar como se dá o relacionamento desses temas na mídia. Durante alguns anos de minha vida fui um aficionado por futebol. Ia ao estádio, comprava camisa e bandeira do meu time e, como todo torcedor fanático, lia constantemente as notícias divulgadas nos veículos especializados.

Anos mais tarde, após um distanciamento do mundo do futebol, aliado a um amadurecimento da experiência da recepção, pude vislumbrar que o entretenimento pode ser pernicioso quando enxertado no jornalismo, distanciando-o dos seus objetivos e fins. Um dos meus professores, Sérgio Euclides, certa vez disse a seguinte frase: “O jornalista não deve dizer o que o espectador quer ouvir, mas sim o que ele precisa ouvir”. De fato, há uma grande diferença entre o que o público quer e o que o público precisa. O que vemos hoje é que grandes veículos de imprensa, em busca de renda, têm feito o jogo do público e divulgado não o que é preciso saber, mas sim o que se quer ver.

1.2 Problematização

O jornalismo é, para grande parte do público leitor, por meio de sua vertente esportiva, uma mera fonte de entretenimento. Há aqueles que, ao comprarem o jornal, vão primeiro para a sessão de esportes; há os que lêem somente o caderno esportivo e os que recorrem ao jornalismo somente em veículos especializados no assunto, como o jornal Ataque e o Jornal dos Sports (RJ). Uma vez que um dos princípios básicos do jornalismo é a responsabilidade social, a crítica, a denúncia e o serviço público, indaga-se que relevância temas de proporções tão grandes como os escândalos que eclodiram no cenário político nacional têm para aqueles que produzem e consomem o jornalismo esportivo.

O Brasil é um país com elevados índices de analfabetismo, onde grande parte da população não tem acesso à cultura e educação especializada e onde a cultura de massas, muitas vezes, não aborda temas políticos e sociais, tão relevantes no contexto atual de nossa nação. Mas e se esse interesse do público por temas como o futebol, por exemplo, fosse utilizado para transmitir ao

próprio público informações que sejam relevantes às suas vidas, auxiliando-o no conhecimento de seus direitos e deveres, incentivando-o à prática da cidadania e da responsabilidade social, entre outros? Não é essa a bandeira que o jornalismo levantou nos últimos séculos?

É possível alguma relação entre política, economia, sociedade e esportes? Penso eu que sim. A sociedade é um organismo intrinsecamente interligado em seus diversos membros. Mas como assuntos econômicos e políticos podem refletir (influenciar) as páginas das editoriais esportivas? Isso tem sido feito por algum veículo ou repórter em particular? Questões dessa envergadura serão abordadas, senão implementadas, no decorrer da pesquisa proposta.

1.3 Estado da Questão

Para a elaboração do presente trabalho, alguns livros foram utilizados como fontes. Entre eles: “Universo do Futebol”, de Roberto da Matta, “João sem Medo – Futebol-Arte e Identidade” e “Política de Esportes no Brasil”, de Eduardo Manhães e “Análise de Discurso”, de Eni Orlandi, etc.

A relação entre a prática esportiva, mais especificamente o futebol, e a vida, cultural ou social, da nação brasileira é abordada por Eduardo Manhães em seus livros. Outro autor a fazer esse paralelo foi João Saldanha, cronista e ex-técnico da seleção brasileira, que é o personagem central do primeiro dos livros relacionados de Manhães. Sócrates Brasileiro, autor do prefácio do livro acima citado, assim discorre sobre Saldanha:

Ao escalar seus iniciais 11 titulares e classificá-los como ‘feras’, (...) contra todas as tradições e/ou acomodações do meio, ele estava definindo uma forma de se colocar em relação ao mundo e como ele gostaria que a nação brasileira se portasse frente aos incontáveis desafios do cotidiano. (MANHÃES, 204, p.9)

A perspectiva de Saldanha em relação ao povo brasileiro comparado à seleção justifica-se no fato dele, Saldanha, ser comunista e dirigente da seleção brasileira em plena época de ditadura militar.

Dessa forma, fica clara a relação entre o futebol e a vida de uma nação apaixonada por esse esporte. A simbologia subcutânea que recheia de significados esse esporte pode influenciar o Brasil para o bem, isto é, o progresso da nação, ou para o mal, que no caso corresponderia à alienação do povo. Quanto ao aspecto

negativo, Roberto da Matta, em sua obra intitulada “Universo do Futebol”, discorre da seguinte forma:

O futebol é um ópio da sociedade brasileira (...) se o futebol existe socialmente como uma instituição importante, é porque ele deve estar desempenhando um certo papel social bem determinado em relação à sociedade. No caso, o seu papel é desviar a atenção e mistificar o povo. Ou seja, só quem sabe o real papel do futebol na sociedade brasileira é a camada dominante (que o utiliza como ópio das massas) e os críticos da sociedade. A massa permanece na escuridão de sua idiotice crônica, incapaz de perceber seu sistemático engano (1982, p.21)

Ambas perspectivas, positiva e negativa, do papel do futebol na sociedade são verdadeiras. Não se contradizem ou se anulam, por opostas que sejam. Assim, utilizamos ambas linhas de pensamento no presente trabalho.

Ao analisarmos a produção dos textos das reportagens esportivas dos principais veículos (i.e., de maior abrangência) de nosso país, percebemos que, como um todo, eles são quase que completamente despidos de qualquer teor social. Seria o caso dos esportes serem um tema hermeticamente fechado e isolado das questões nacionais, como política, economia, cultura, etc.? Não. Isso se prova pelo fato de encontrarmos no esporte reflexos da economia, da cultura e da sociedade brasileira. Mas por que esse enfoque, que transforma o futebol em parte da vida nacional, não é retratado? Porque o jornalismo esportivo tem tomado um caráter exclusivamente de entretenimento. Seria a política do “pão-e-circo”?

Em suma, a Análise de Discurso visa a compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos. Essa compreensão, por sua vez, implica como o texto organiza os gestos de interpretação que relacionam sujeito e sentido (ORLANDI, 1999, p.26)

Apesar da riqueza de sentidos que podemos extrair do futebol, como parte da deslumbrante cultura brasileira, o que temos visto nos noticiários é uma maneira homogênea de falar sobre este fenômeno nacional. Isso reflete a globalização dos meios de comunicação e de seus produtos; no caso, a reportagem.

1.4 Justificativa

A contribuição deste trabalho é de cunho social. Manter-se nas fileiras acadêmicas seria a morte deste projeto, pois ele aponta para um grave problema de nossa sociedade, que é a falta de conscientização por parte das massas da real situação político-econômico-social do Brasil, que precisa ser sanada, para o bem de toda uma nação.

O futebol e a forma como ele é noticiado pela mídia exercem uma poderosa influência na formação de nossa sociedade, como relata Eduardo Manhães:

Neste contexto, os meios de comunicação constroem o perfil simbólico de nossos atletas, caracterizando-os como gênios, heróis ou deuses de natureza épica e mitológica, em torno dos quais as esperanças, os sonhos e as frustrações de milhões de brasileiros são projetadas (...) Compreender cientificamente os processos de significação desenvolvidos pelos jornais, rádios e televisões responsáveis pela construção da imagem de nossos jogadores e suas relações com os treinadores, dirigentes e preparadores físicos é, conseqüentemente, um esforço necessário para o entendimento do modo como a sociedade tem significado as relações construtivas de nossa formação social “. (2004, p.21)

E quão grande poder de influência tem o futebol nesta nação. Poder esse que está disposto na mão da mídia, que o controla e manuseia para seus próprios interesses e daqueles que a patrocinam. O povo torna-se presa de sua própria fascinação ou paixão pelo futebol.

Já não vemos cronistas como Néelson Rodrigues e João Saldanha no meio futebolístico. Esses cronistas não estavam preocupados apenas com o esporte e os interesses da empresa onde trabalhavam, mas eram socialmente conscientes e comprometidos com a população brasileira. A sagacidade, a irreverência e a liberdade com que comentavam o futebol não se vê no contexto atual, onde tudo é milimetricamente calculado: o lobo, o público-alvo, a publicidade, o retorno financeiro, etc.

Mas, e se o futebol, em nossos dias, for utilizado não mais como isca para o público consumir, mas como meio de transmissão de informações que estimulem à libertação do povo de suas mazelas? E se o futebol for um espaço comum onde o brasileiro tenha uma linguagem compreensível a todos, facilitando a integração do povo? Pois isso é a cultura: uma linguagem simbólica comum a um determinado grupo de pessoas. Logo, o futebol não seria mais *o ópio da sociedade brasileira*, como disse Roberto da Matta, mas a expressão de um povo que tem conhecimento de si

mesmo e que vislumbra um futuro de progresso para o bem coletivo através de algo compartilhado por todos, um bem comum: o futebol.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivos Gerais

A presente pesquisa visa, primeiramente, divulgar uma teoria que pretende esclarecer os formadores de opinião de nossa sociedade, quer no meio acadêmico, quer no meio midiático, acerca da necessidade de uma abordagem mais responsável do esporte nos veículos de comunicação. Haja visto o poder que o futebol exerce sobre nossa sociedade, ao ponto de uma Copa do Mundo mobilizar e paralisar toda uma nação, que interrompe temporariamente atividades profissionais, comerciais e etc apenas para assistir uma partida.

Isso pode ser feito ao se fomentar um (ou uma série) de debates sobre a produção do jornalismo esportivo no Brasil. Quais são seus objetivos? Como ele tem sido feito? Quais os propósitos por parte daqueles que dirigem-no (editores, diretores de redação e donos de veículos)?

Ao longo dos últimos anos, com a globalização, o futebol brasileiro perdeu, no seu jornalismo esportivo e também na sua própria prática, o que tinha de cultural. Isto tem sido substituído, dia após dia, por um futebol e um jornalismo esportivo de entretenimento, em detrimento de um pólo cultural, que tem como seu último refúgio a mente do espectador.. O entretenimento é regido por aquele que o comercializa e domina; a cultura surge do povo e é para o povo. Essa mudança de paradigma contribui para a alienação e uma perda, cada vez maior, do senso crítico da população.

1.5.2 Objetivos Específicos

Uma mudança estrutural na forma de se encarar o futebol, considerando-o como parte da cultura e da vida de dezenas de milhões de brasileiros, que têm o esporte como atividade de primeira importância. O jornalista esportivo, ao se conscientizar deste fato, pode passar a dialogar com o seu público tendo o futebol como elo de ligação entre o posto social que exerce e a vida do brasileiro. O objetivo, em última instância, seria um jornalismo esportivo

socialmente responsável. O jornalismo, seja qual for sua área de atuação, não pode perder de vista a essência de sua vocação, que é a de exercer um papel de relevância na sociedade onde está inserido, informando-a e protegendo-a.

Os programas televisivos sobre futebol, chamados de “mesas redondas” ou “debates”, pelo seu caráter de conter discussões, por vezes calorosas, sobre o futebol, contando com a participação de especialistas da área (jornalistas, jogadores, ex-jogadores, dirigentes de clubes, etc.), é um ótimo exemplo de como a mídia poderia utilizar o futebol para beneficiar a sociedade.

Se, nesses programas, fossem discutidos outros assuntos, de forma conjunta com o futebol, utilizando a linguagem que o público desse tipo de programa está acostumado, aproveitando o fato do espectador estar com sua atenção voltada para o televisor, certamente muitas pessoas poderiam passar da total ignorância em relação a temas sociais para um conhecimento destes assuntos. Seria uma espécie de contra-partida.

Isso é viável e possível. Basta vermos os últimos escândalos que surgiram no cenário político. Toda a população, de diferentes camadas sociais, se mobilizou e se engajou em rodas de debates, nas esquinas, bares e praças, sobre o assunto. Tudo o que falta é uma abordagem da mídia de maneira que consiga captar esse público em potencial, utilizando, no caso proposto por esse trabalho, o futebol, que já é uma unanimidade nacional, como elo de ligação entre as partes, no caso a mídia e o público nacional, carente deste tipo de discussão. Como diz Manhães, acerca de João Saldanha, ele [Saldanha] utilizava o *futebol como canal de expressão*. Isso ainda é possível em nossos dias.

1.6 Hipóteses

1.6.1 Hipótese 1:

A imprensa brasileira não realiza uma cobertura socialmente responsável e culturalmente situada do futebol, enquanto fenômeno cultural profundamente presente na história moderna e contemporânea do Brasil e fator de alta influência na vida da população. Isso caracteriza uma aculturação da produção jornalística no país, incorrendo na perda de identidade brasileira, para ser substituída por uma cultura globalizada.

1.6.2 Hipótese 2 :

Um outro jornalismo esportivo no Brasil é necessário. Baseado nas teorias do jornalismo e na sua formação histórica, vemos que faz parte de sua missão o compromisso social. Um jornalismo preocupado não apenas em vender, mas também em contribuir na formação cultural e social do seu público é a proposta desta monografia..

1.7 Fundamentação Teórica

As teorias que servirão como base para a produção da pesquisa serão: Análise de Discurso, Teorias Sociológicas e Antropologia Cultural.

A Análise de Discurso permitirá a compreensão da forma como os textos jornalísticos que tratam do assunto em questão comunicam com o leitor e por que eles são produzidos da forma como são produzidos.

As Teorias Sociológicas servem como suporte teórico no aprofundamento do conhecimento da relação que há entre o povo brasileiro e o futebol. Seus antecedentes, processos e personagens.

A Antropologia Cultural fornecerá um arcabouço histórico da questão, sintonizando a pesquisa com estudos que possibilitem uma maior compreensão do comportamento do povo brasileiro, principalmente no que se refere ao esporte e à cultura e na relação entre ambas as áreas.

1.8 Metodologia

O presente trabalho se insere no ramo da Crítica da Mídia, utilizando a Análise de Discurso como ferramenta para tal. A pesquisa constituir-se-á, basicamente, de pesquisa bibliográfica e coleta, análise e interpretação de amostras de reportagens, antigas e recentes, sobre o futebol no Brasil.

A análise dos textos jornalísticos nos dará uma visão de como o jornalismo esportivo aborda (se é que o faz) os temas relevantes da sociedade na qual se insere e se isso está de acordo com o papel social designado à imprensa.

Com a bibliografia adquirida poderemos chegar à conclusão se há ou não uma manipulação na produção dos textos, no sentido de utilizar o jornalismo esportivo de forma imprópria, apenas como

instrumento do mercado de entretenimento, após a análise de todos os dados e materiais coletados.

Com o arcabouço teórico também será possível a criação de meios que possibilitem uma tomada de consciência por parte dos formadores de opinião na mídia e nos círculos acadêmicos no que diz respeito à produção do jornalismo esportivo no país.

2 Revisão bibliográfica

A escolha das obras utilizadas na elaboração do presente trabalho foi fruto de um esforço de pesquisa bibliográfica que se fundamentou em três pontos. Em primeiro lugar, algumas obras foram indicadas pela professora Cláudia Maria Busato, ministrante da disciplina Métodos e Técnicas de Pesquisa nesta instituição de ensino. Outra porção do arcabouço bibliográfico foi fornecida pelo professor Severino Francisco, que é o orientador desta monografia. Por último, algumas referências surgiram a partir de incursões do próprio aluno à biblioteca da instituição e à Internet. Em particular, estas últimas duas fontes revelaram que nunca sabemos as surpresas que o vasto oceano do conhecimento humano pode nos reservar.

2.1 As obras e seus autores

Se fosse feita uma classificação por ordem de importância das obras utilizadas, poder-se-ia incorrer em alguma injustiça. Por isso, não se fará tal classificação. Mas, por outro lado, não se pode deixar de comentar alguns livros que tiveram suma importância para a realização deste trabalho e que, certamente, continuarão a render bons frutos em futuros esforços.

2.1.1 Universo do Futebol

Uma dessas obras relevantes é Universo do Futebol - Esporte e Sociedade Brasileira, que compreende um conjunto de trabalhos dos seguintes pesquisadores: Roberto DaMatta (que também é o organizador da obra), Luiz Felipe Baeta Neves Flores, Simoni Lahud Guedes e Arno Voguel. Trata-se de um surpreendente trabalho que investiga o futebol nacional e suas interações com a sociedade onde está inserido. Com influências da Sociologia, Antropologia, Ciências Políticas, História, Psicologia e outras áreas do conhecimento, o livro surpreende tanto por sua riqueza de informações históricas (memórias do futebol brasileiro) quanto pela perícia das análises e estudos nele contidos.

Sua relevância pode ser medida ao passo que, por meio desta obra, foi possível perceber a influência que o futebol exerce na sociedade, influência essa que se expressa, por exemplo, no fato de termos uma população que, quase unanimemente, pára todas suas atividades para acompanhar as partidas da seleção nacional durante a Copa do Mundo. De fato, nós somos uma nação que, em muitos

casos, valoriza mais o futebol do que suas próprias demandas sociais, políticas e econômicas.

Mas, segundo o próprio DaMatta, o futebol não é meramente um ópio do povo. Por meio desse esporte podemos ter uma visão da nossa própria sociedade, de maneira que o futebol revela-se, em muitos casos, como uma espécie de tela por onde podemos assistir os dramas, anseios e características peculiares do nosso povo. Essa seria a adequada sociologia do esporte que é almejada nesta monografia. Como descreve DaMatta (1982, p.24):

Enquanto uma atividade da sociedade, o esporte é a própria sociedade exprimindo-se por meio de uma certa perspectiva, regras, relações, objetos, gestos, ideologias, etc., permitindo, assim, abrir um espaço social determinado: o espaço do esporte e do “jogo”. É assim, suponho, que uma produtiva sociologia do esporte pode ser praticada [...]

Além disso, Universo do Futebol faz um estudo dos processos vivenciados no futebol brasileiro, como, por exemplo, ascensão social do indivíduo por meio do futebol, ideologias das quais o esporte se apropria e mensagens emitidas pelo futebol à sociedade. É um esforço de demonstrar que o futebol, mais do que um jogo, é um fenômeno social capaz de mexer com as estruturas do nosso país.

2.1.2 O Negro no Futebol Brasileiro

Escrita pelo brilhante cronista Mario Filho, irmão de Nelson Rodrigues, a obra O Negro no Futebol Brasileiro é, antes de qualquer coisa, um apanhado de depoimentos de personagens que fizeram o futebol do início até meados do século XX. Para evitar contar uma história irreal, Mario Filho não se resignou à consulta de documentos e publicações da época que pesquisou: foi direto à fonte, isto é, às testemunhas oculares e presenciais de todos os fatos. Para isso, entrevistou jogadores, cartolas (dirigentes de clubes), torcedores e outras figuras, num esforço admirável para reconstituir a real história da participação do negro no futebol brasileiro.

A obra é relevante na realização desta monografia por se tratar de riquíssima descrição de um dos maiores casos específicos de interação entre futebol e sociedade, revelando, até para os mais céticos, que não podemos olhar com desdém para o futebol enquanto objeto de sérias (e necessárias) pesquisas, se almejamos atingir

maior compreensão da sociedade em que vivemos. Segundo DaMatta (1982, p. 21):

É parte do meu entendimento que quando eu ganho uma certa compreensão sociológica do futebol praticado no Brasil, aumento simultaneamente minhas possibilidades de melhor interpretar a sociedade brasileira.

Outras características específicas de *O Negro no Futebol Brasileiro* são: sua riqueza de detalhes e minúcias, próprias de descrições de pessoas que vivenciaram os fatos, sua narrativa em formato de crônica, que contribui para a diversidade da linguagem desta monografia à medida que contrasta com a linguagem técnica/acadêmica das demais obras, e seu caráter cultural, pois o livro, apesar de toda sua bagagem de pesquisa, tem como um de seus principais efeitos trazer a lume todo o romantismo do futebol praticado em seus primórdios, quando o esporte vivia seus melhores dias, em que era possível utilizar, com toda propriedade, a expressão futebol-arte.

2.1.3 João Sem Medo e À Sombra das Chuteiras Imortais

Por se tratar de um trabalho que estabelece, em determinado nível, uma comparação entre o jornalismo esportivo (mormente o que trata do futebol) de outrora - décadas de 1950 a 1980 - e o que é produzido nos dias de hoje, foi necessária alguma pesquisa sobre o passado. Para isso, foram adotados dois livros: *João Sem Medo - Futebol-Arte e Identidade* e *À Sombra das Chuteiras Imortais*.

O primeiro livro, de autoria de Eduardo Manhães, trata da história e obra de um dos grandes cronistas da história do jornalismo esportivo do Brasil, João Saldanha. O segundo, compilado por Ruy Castro, é uma seleção de crônicas de Nelson Rodrigues. Ambos cronistas foram escolhidos como base para um estudo do jornalismo esportivo do passado pelo caráter de suas obras, que extravasavam o plano meramente esportivo e se estendiam até os planos da política, da sociologia, da literatura e da psicologia. Dentro daquilo a que esse trabalho se propõe, Nelson e João são ótimas referências de um bom jornalismo esportivo.

2.1.4 Teorias do Jornalismo

Quando fazemos uma análise do jornalismo praticado na atualidade, precisamos usar algo como molde, como referência. Foi assim que *Teorias do Jornalismo Volume I - Por Que as Notícias São*

Como São?, escrito por Nelson Traquina, entrou na rota desta monografia. O livro foi aplicado pelo professor Sérgio Euclides, ministrante da disciplina Teorias do Jornalismo, e se revelou uma poderosa ferramenta para a análise do jornalismo por se tratar de uma séria investigação da história e dos processos do jornalismo e das ideologias e teorias que estão presentes na arte de fazer notícias.

Traquina (2004), ao definir a missão do jornalismo, que está inseparavelmente atrelada à prática da democracia, traz à luz a própria alma do jornalismo enquanto Quarto Poder, isto é, um instrumento que está a serviço da população para evitar abusos por parte do poder, promover a cidadania e prover à sociedade informações que subsidiem-na na prática da democracia.

No quinto capítulo do livro, chamado O pólo ideológico do campo jornalístico, Traquina demonstra com clareza, com a ajuda de jornalistas de diversos veículos e de outros estudiosos, como filósofos e sociólogos, que o jornalismo não pode perder sua essência ou desviar-se de sua missão, para o bem da democracia. Como explicita o próprio Traquina (2004, p.129):

[...] o jornalismo, inicialmente identificado apenas com a imprensa, deve ser um veículo de informação para equipar os cidadãos com as ferramentas vitais ao exercício dos seus direitos e voz na expressão das suas preocupações [...] a imprensa atuaria como um elo indispensável entre a opinião pública e as instituições governantes. [...] os meios de comunicação [também] protegem os cidadãos de eventuais abusos de poder por parte de governantes.

2.2 Dinâmica da interação das obras

As obras apresentadas neste capítulo interagem entre si, juntamente com outras fontes bibliográficas como artigos e materiais captados na Internet, num esquema de fundamentação, exemplificação e validação.

Por exemplo: um dos principais conceitos contido neste trabalho é o de que o futebol está inserido na sociedade, e não à margem dela, e com ela interage, exprimindo, por meio de sua prática, realidades presentes na vida social. Para demonstrar tal fato, recorreremos a Universo do Futebol, onde DaMatta (1982, p. 23) fortalece esse conceito quando diz: "O esporte faz parte da sociedade, tanto quanto a sociedade também faz parte do esporte.

Impossível compreender-se uma atividade [...], sem referência à totalidade na qual está inserida".

Em seguida, para demonstrar tal fato, recorremos a um recurso de exemplificação. No nosso caso, um fato social que comprove o que foi dito acima e atestado pela teoria: a inclusão social do negro por meio do futebol. Para isso, buscamos o livro *O Negro no Futebol Brasileiro*, que narra com riqueza de detalhes esse processo histórico-social que se deu por meio do futebol.

Por último, para validar todo sistema acima citado, buscamos um instrumento que demonstre a utilidade do esforço de pesquisa, demonstrando que tal conceito se insere e é relevante sim nas demandas do jornalismo. Para isso utilizamos o livro *Teorias do Jornalismo*, onde Nelson Traquina descreve que o jornalismo está inseparavelmente atrelado à uma missão social de municiar a sociedade no exercício da democracia, quando diz que " [os jornalistas agem] fornecendo informação, ao serviço da opinião pública, e em constante vigilância na defesa da liberdade e da própria democracia." (TRAQUINA, 2004, p. 129).

A conclusão que chegamos por meio de todo esse sistema é a de que o jornalismo, no caso deste trabalho o jornalismo esportivo, devido à sua missão social e à influência que o futebol por ela divulgado comprovadamente exerce sobre a sociedade, deve sim ter compromisso com a população (leitores) no conteúdo das matérias publicados, visando não apenas a divulgação de informações sobre atletas e partidas, mas a publicação de reportagens que desenvolvam o incremento social da população brasileira. Isso se o jornalismo ainda é jornalismo e não apenas mais uma categoria de entretenimento.

3 Casos de interação entre futebol e sociedade

Seria fácil estudar o futebol simplesmente armando a equação esporte x sociedade, posicionando os pólos como extremos que não se tangem. Outro caminho previsível seria enxergar o futebol, assim como alguns estudiosos costumam dizer, como uma espécie de "ópio do povo", servindo somente como válvula de escape para as tensões cotidianas do brasileiro e/ou instrumento para manipulação das massas pela elite. Não que o futebol, por algumas vezes (se não muitas), não seja usado para tal interesse, seja por parte do Estado ou de outras camadas dominantes da sociedade.

Mas há uma outra forma de enxergar o problema. A visão mais razoável seria a de que o jogo está na sociedade tanto quanto a sociedade no jogo. Por meio de alguns episódios de nossa história, que serão relatados neste trabalho, veremos que ambos, sociedade e futebol, se expressam mutuamente e se relacionam de forma complexa. Isso se torna claro quando percebemos, assim como também o fizeram alguns dos cronistas e jornalistas esportivos mais sensíveis do nosso país, que o futebol tem sido capaz de servir de palco para muitas preocupações e esperanças do povo brasileiro. Logo, percebe-se que a compreensão sociológica do futebol praticado no Brasil conduz, concomitantemente, a uma melhor interpretação da própria sociedade brasileira (DAMATTA, 1982).

3.1 A inclusão social do negro no século XX

Um caso clássico onde futebol e sociedade brasileira interagiram poderosamente foi no processo de inclusão social do negro por meio deste esporte, que se deu ao longo do século XX (e se estende até os dias de hoje). No início do século passado, a prática do futebol estava restrita aos imigrantes ingleses, seus familiares e amigos. Engenheiros e técnicos britânicos que vinham trabalhar nas indústrias brasileiras montaram os primeiros clubes e, até então, o esporte era exclusivamente elitista. O negro e o mulato não tinham vez nos gramados.

Mas, logo o esporte caíria nas graças do povo, que passaria a lutar por um espaço democrático dentro da modalidade. Ao espiarem pelas frestas os treinos e jogos dos clubes, moleques de famílias não tão nobres, que tinham seu acesso aos campos barrado, fabricavam as célebres bolas de meia e iniciavam, nos campos de várzea e terrenos baldios, uma revolução esportivo-social que culminaria, num futuro breve, na geração de jogadores negros e mulatos brilhantes que vai desde Leônidas da Silva até Ronaldinho Gaúcho, passando por Pelé, Garrincha e muitos outros. Nos subúrbios cariocas, novos clubes eram criados com a participação

de negros e mulatos que desafiavam o monopólio da Liga de Futebol por parte dos clubes dos bairros ricos.

3.1.1 Oposições sofridas durante o processo

Como toda luta social, a busca por um espaço igualitário para negros e mulatos dentro do futebol não foi vencida com facilidade. Alguns episódios marcaram o trâmite, como, por exemplo, o surgimento de um antilusitanismo provocado pela ascensão do Vasco da Gama (que na época era um time pequeno, cuja sede situava-se no subúrbio). Com o sucesso do time, seus torcedores, imigrantes portugueses, concorriam às arquibancadas dos estádios dos clubes grandes, criando uma disputa por espaço entre elite e povo, pois os lusitanos não possuíam a mesma nobreza dos britânicos.

O cientista político Luis Fernandes, prefaciador da obra *O Negro no Futebol Brasileiro*, de Mario Filho, ilustra muito bem a cena:

[Para a elite da época, a disputa por espaço nas arquibancadas com os imigrantes portugueses] tratava-se de inaceitável subversão da hierarquia social. Guardadas as devidas proporções históricas, era como se, nos dias de hoje, uma turba de farofeiros invadissem o desfile de gala das socialites nas bancadas do Jockey Club Brasileiro em pleno Grande Prêmio Brasil. (FERNANDES, 2003, p. 12)

Outra reação provocada pela ascensão dos clubes populares, bem mais drástica que a primeira, se deu quando os principais clubes do Rio de Janeiro (Fluminense, Flamengo, Botafogo e América) se retiraram da Liga Metropolitana para criarem sua própria liga, a Associação Metropolitana de Esportes Atléticos (Amea). Esse incidente, que pode ser interpretado como um apartheid futebolístico, aconteceu após clubes do subúrbio, como Vasco, São Cristóvão e Bangu, vencerem algumas edições do campeonato estadual nas décadas de 1920 e 1930.

A associação criada pelos times de elite passou a regular a inscrição de atletas por meio de uma detalhada inspeção da origem social dos jogadores dos times filiados. Para isso, era feita uma sondagem dos meios de sobrevivência do atleta, além do uso de questionários que determinavam o grau de escolaridade do jogador. O objetivo, segundo Mario Filho, era excluir negros, mulatos e pobres, que, de acordo com os times elitistas, haviam sido os responsáveis pela dissipação do monopólio no futebol carioca. O Vasco rejeitou tais procedimentos e permaneceu na Liga Metropolitana, ensejando a disputa simultânea de dois campeonatos:

um para a elite e outro para o povo. Os negros e mestiços jogavam apenas no segundo.

Conta-se também que certo jogador negro, que outrora havia jogado nos clubes do subúrbio, fora contratado pelo Fluminense. Para amenizar sua negritude, esse jogador passava pó-de-arroz em grande quantidade na face. Quando ele entrava em campo, logo os torcedores adversários percebiam e começavam a gritar: “É pó-de-arroz”. Daí veio o apelido que hoje o Fluminense possui: *Pó-de-arroz*. Este mesmo jogador, quando entrevistado por um repórter a respeito das dificuldades enfrentadas pelos negros na Liga de Futebol, deu a seguinte resposta: “Eu já fui preto. Eu sei o que é isso”. Ele dizia assim porque antes jogava nos times menores e agora atuava no Fluminense.

Por fim, outro episódio que definiu com bastante clareza o preconceito racial presente na sociedade brasileira do século XX foi a derrota do Brasil para o Uruguai, na final da Copa do Mundo de 1950. Conforme relata Guedes (1977), vários jornalistas daquela época identificaram como fator determinante para a derrota a presença de negros no time brasileiro. Barbosa, Juvenal e Bigode, todos negros, foram os bodes expiatórios escolhidos pela imprensa da época. Segundo DaMatta (1982, p.32), essa mentalidade é a manifestação de “um velho modelo cultural pessimista, expresso no drama de uma sociedade que se acredita ‘racialmente impura’”.

3.1.2 A abertura do mercado para jogadores negros e mestiços e as condições contemporâneas

Contudo, houve um momento no qual os clubes grandes não mais puderam abrir mão da habilidade dos negros e mestiços. Diante do triunfo dos times populares, que, contando com atletas negros e mulatos, venciam os campeonatos e derrotavam as equipes formadas por brancos, os times da elite começaram a abrir suas portas para jogadores de todas as raças.

Era o início de um dos mais importantes processos de inclusão social do negro e do mestiço na sociedade brasileira. Em apenas algumas décadas, eles passariam de herdeiros das mazelas de um Brasil de recente passado escravista a superestrelas do esporte mundial, recebendo salários que atualmente ultrapassam os milhões de dólares (ou euros) e tendo, muitas vezes, mais fama e prestígio que governantes e atores de cinema, como é o caso de atletas como Ronaldinho Gaúcho, Robinho e tantos outros.

Considerando o pequeno espaço de tempo entre o momento histórico no qual o negro era discriminado e impedido de jogar futebol e o momento atual, onde vemos o desaparecimento quase que total do racismo na estrutura futebolística do Brasil e as

excelentes e, sobretudo, igualitárias condições de vida e trabalho dos jogadores negros e mulatos, podemos perceber qual o poder de influência que o futebol, como item fundamental da cultura nacional, exerce sobre a sociedade brasileira.

3.2 O futebol em tempos de ditadura

Durante os tempos de ditadura militar no Brasil, o futebol foi utilizado pelo Governo do regime como uma poderosa arma publicitária. Tanto quanto possível, a imagem do Governo foi associada à da Seleção brasileira de futebol campeã do mundial de 1970, realizado no México. O pensamento era de que a vitória do Brasil, quando ligada ao regime, legitimaria o Governo e transmitiria à população o sentimento de que o Brasil, sob a tutela da ditadura, estava se tornando uma potência onde tudo dava certo, inclusive o futebol.

3.2.1 A seleção campeã da Copa do Mundo do México

Um grande exemplo do uso que o Regime Militar fez do futebol se deu quando a Seleção de 1970 ao ser campeã, antes de qualquer outro compromisso, voou diretamente do México para a capital brasileira, a fim de receber em primeira mão os cumprimentos do então presidente, o general Emílio Garrastazu Médici. O valor político atribuído à Seleção era tão grande que autoridades de todo país, como governadores, prefeitos e vereadores, disputavam espaço para posar do lado dos jogadores nas fotos oficiais.

O historiador Gilberto Agostino explica como a Seleção era vinculada ao regime militar nos momentos de discursos:

Para os mais diretamente ligados ao Governo, repetir o discurso oficial [de que tudo ia bem] era fácil, uma vez que bastava relacionar o desempenho da Seleção ao momento de euforia econômica que se convencionou chamar de 'Milagre Brasileiro' (AGOSTINO, 2004, p.19)

O futebol tornou-se, então, algo tão importante para o Governo que grande parte da comissão técnica que conduziu o Brasil ao México era formada por militares. A delegação teve como chefe o major-brigadeiro Jerônimo Bastos, a segurança ficou a cargo do major Ipiranga dos Guarany's, além de outros militares que foram ao mundial, como Cláudio Coutinho, Raul Carlesso e José Bonetti. A

presença militar na delegação exerceu uma grande influência nos hábitos do time. O cabelo dos jogadores, por exemplo, era cortado ao estilo caserna. A preparação física era coordenada por militares, como nos quartéis do exército. Tudo isso fortalecia, cada vez mais, a identificação entre Seleção e Governo, que era justamente a intenção do regime.

3.2.2 Estratégias da ditadura para se promover usando o futebol

Outro uso encontrado pelos militares para o futebol foi o de fator unificador. Sendo o Brasil um país marcado pela diversidade cultural, social, econômica e étnica, o futebol serviu como uma espécie de linguagem universal, falada por todos no país. O lema era "unidade na diversidade". A nação, mais do que nunca, abraçou o título de "País do Futebol". Isso atendeu muito bem aos interesses da ditadura, que potencializou o discurso nacionalista e encontrou um lugar comum por onde transmitiria suas ideologias e promoveria o sentimento de que o Brasil se tornava uma potência mundial.

No ano de 1971, quando a vitória do Brasil no México já não repercutia tanto, a ditadura continuou utilizando o futebol para exercer influência sobre a população. Em substituição ao modelo anterior usado no campeonato brasileiro, onde apenas clubes dos cinco maiores estados da confederação participavam, foi instituída uma nova fórmula para a disputa. Passavam a participar times da maioria dos estados brasileiros. Paralelamente, eram inaugurados estádios em todo o país, normalmente com a presença de autoridades do Governo e, em muitos casos, do próprio presidente Médici. Esses verdadeiros monumentos do esporte, como o Morumbi, em São Paulo, o Castelão, no Ceará e o Rei Pelé, em Maceió, serviam para aproximar o Governo da população. Uma reedição da política do "Pão e Circo".

Outra estratégia de propaganda utilizada pelo regime militar foi a presença do presidente nos estádios, como homem do povo, como relata Gilberto Agostino:

Grudado no radinho de pilha — imagem que o aproximava do "homem comum" —, o novo presidente se arriscou várias vezes a frequentar estádios lotados, não raro tendo sua presença anunciada nos alto-falantes. Promovia-se assim uma importante estratégia de propaganda da Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência (AERP), no sentido de transformar o general Médici em torcedor número 1 da nação, articulando os trunfos futebolísticos à imagem do

Brasil-potência que o Governo se esforçava em difundir. (AGOSTINO, 2004, p.17)

3.2.3 A interferência da ditadura no futebol e os conseqüentes atritos

Mas houve um momento em que tanta presença militar no esporte começou a gerar alguns conflitos internos e externos. Um deles aconteceu ainda nas eliminatórias para a Copa do Mundo de 1970, quando o técnico da Seleção era o jornalista e comunista João Saldanha. Irritado com as opiniões do presidente acerca dos rumos que o time seguia e palpites para escalação de jogadores (como Dadá Maravilha, atleta que contava com particular simpatia do presidente), Saldanha deu a seguinte declaração aos repórteres: "Pois olha: o presidente escala o ministério dele que eu escalo meu time".

Posteriormente, no ano de 1972, a Confederação Brasileira de Desportos (atual Confederação Brasileira de Futebol) promoveu a Taça Independência, comemorando o sesquicentenário da independência do Brasil. Vinte seleções participaram do torneio, mas alguns dos principais times, como Alemanha, Inglaterra e Itália, se negaram a comparecer, alegando que a competição possuía fins políticos que se sobrepujavam aos esportivos. O próprio Pelé se negou a jogar, afirmando que a sua imagem vinha sendo utilizada pelo regime militar para legitimar a ditadura no exterior.

A culminância da interferência do Governo no futebol se deu quando, em 1974, durante a presidência de Ernesto Geisel, a vida particular tanto de Pelé quanto do presidente da CBD, João Havelange, começaram a ser vigiadas pelo DOPS, um dos braços repressores do regime militar. Em janeiro de 1975, Havelange acabou, finalmente, sendo afastado da CBD. Em seu lugar foi colocado um militar, o almirante Heleno Nunes. Nessa fase, o futebol servia totalmente aos interesses do Governo, sendo administrado pelo mesmo. Pode-se dizer que, nessa época, o futebol tornou-se um assunto de segurança nacional.

4 Futebol e mídia

A relação entre a mídia e o futebol se tornou de tal maneira intrínseca que é quase impossível imaginarmos o esporte independente dos meios de comunicação. Mesmo o sujeito que assiste a partida diretamente das arquibancadas usará o radinho de pilha para acompanhar a narração, assistirá aos programas televisivos com reprises de gols, comentários e entrevistas e/ou comprará o jornal do dia seguinte para acompanhar todos os detalhes. Desta maneira, já não podemos determinar que o futebol é somente um esporte. Ele é, também, um rito e um fenômeno midiático. Ou as três coisas ao mesmo tempo.

Grande parte da influência exercida pelo futebol na sociedade brasileira deve-se à mídia. Jamais o esporte alcançaria a proporção que possui hoje no Brasil e no mundo não fosse a divulgação dos meios de comunicação de massa. A mídia exerce uma influência na vida da sociedade através da ocupação de um espaço público, onde ela cria vínculos com os diversos segmentos da sociedade que com ela se relacionam por meio do processo comunicativo.

4.1 O futebol como rito e o sentimento de pertencimento

O futebol é um rito pertencente à cultura brasileira. Talvez um dos principais. Tanto que quando se pergunta a estrangeiros o que eles sabem sobre o Brasil, a resposta mais comum é "futebol". Rito é, por definição, uma prática que não pode ser discutida ou realizada pela metade e que serve como um neutralizador de heterogeneidades (CANCLINI, 2000, p.192). Assim, os que não participam da experiência do rito são excluídos na chamada "vida real".

A mesma coisa acontece na mídia. Através dos comunicadores, um discurso é criado, a partir de estratégias previamente testadas, no sentido de gerar no receptor um sentimento de pertencimento de uma comunidade futebolística imaginada. Esse sentimento integra o telespectador à experiência do jogo, que pode estar sendo realizado a, talvez, milhares de quilômetros de distância e, ainda assim, fazê-lo sentir as mesmas emoções de quem está à beira do gramado.

4.2 Como a mídia usa o rito futebolístico

A tendência é que, quanto menor for o contato direto do espectador com a experiência (no nosso caso a partida de futebol), maior a dependência em relação à mídia para se poder conhecer os

fatos e principalmente interpretá-los (FAUSTO NETO, 2002b, p.13). Nesse processo, a mídia detém o poder da informação, tornando-se, por assim dizer, um gate keeper, isto é, aquele que controla a entrada e saída das informações (WHITE, 1950).

O fenômeno pode ser percebido de maneira mais nítida durante a Copa do Mundo. Normalmente realizada a milhares de quilômetros de distância do Brasil, a competição reúne dezenas de milhões de brasileiros (sem contar o público no resto do mundo) ao redor da transmissão televisiva, que, no caso da Copa de 2006, foi feita por apenas uma emissora na TV aberta, o que intensifica ainda mais o vínculo. Como citado anteriormente, a distância e a total falta de contato do espectador com a experiência em si torna-o completamente dependente do meio de comunicação. Esse poder exercido sobre a comunidade imaginada do futebol, criada pela própria mídia, dita até mesmo formas de comportamento e, ao bel prazer do veículo, manipulam-se sentimentos e tendências, como é o caso, por exemplo, do fulgaz patriotismo insuflado nos corações brasileiros durante a competição.

4.2.1 Uma perspectiva midiática do caso da ditadura militar

Como já foi dito anteriormente, um grande exemplo de como a mídia usa o futebol e é por ele usada é a história de como o regime militar no Brasil se valeu do esporte para se promover. Ao vencer o tri-campeonato mundial de futebol em 1970 no México, o Brasil assistiu uma das maiores campanhas publicitárias de massa de sua história.

O presidente da Arena mandou baixar uma determinação aos candidatos do partido para que utilizassem como base de campanha eleitoral o êxito do futebol brasileiro na Copa do Mundo, além de outras vitórias em todas as demais áreas do esporte. Foi aconselhada a associação das grandes realizações de governos anteriores às esportivas.

Em função da publicidade institucional da ditadura, surgiu então o hino "Pra Frente Brasil", usado até hoje, com pequenas variações (quando fala da população):

*Noventa milhões em ação.
Pra frente Brasil
do meu coração.
Todos juntos vamos.
Pra frente Brasil!
Salve a seleção!
De repente é aquela corrente pra frente.*

*Parece que todo Brasil deu a mão.
Todos ligados na mesma emoção.
Tudo é um só coração.
Todos juntos vamos.
Pra frente Brasil! Brasil!
Salve a seleção!*

Como se vê na letra do hino, vários instrumentos utilizados pela mídia estão presentes. O sentimento de homogeneidade: "Todos ligados na mesma emoção / Tudo é um só coração / Todos juntos vamos" (isso lembra muito alguns dos atuais slogans de emissoras de TV). Além disso, também estão presentes: a idéia de uma comunidade imaginada: "De repente é aquela corrente pra frente / Parece que todo Brasil deu a mão" e o estímulo ao patriotismo (com traços de nacionalismo): "Noventa Milhões em Ação / Pra Frente Brasil / Do Meu Coração". Podemos perceber ainda que todo o discurso do hino é permeado por palavras de ordens, como: "Todos juntos vamos", "Pra frente Brasil", entre outras.

Todos esses elementos combinados estrategicamente tinham a intenção de criar sentimentos bem específicos no povo brasileiro. Jogando com a emoção popular e o forte apelo que o futebol possui no Brasil, a meta era usar o esporte como uma espécie de bandeira, que justificaria no imaginário público tanto o regime militar quanto seus atos e ideologias.

4.2.2 Campanhas publicitárias em tempos de Copa do Mundo

Nos dias de hoje a mídia ainda se vale dos mesmos instrumentos na sua relação com o futebol e a sociedade. Basta notarmos alguns slogans publicitários de importantes anunciantes durante as Copas do Mundo, como é o caso das fábricas de cerveja. A marca de cerveja Brahma, por ocasião da copa de 1994, lançou o slogan Número 1, associando a primeira colocação da seleção brasileira a uma suposta primazia daquela cerveja em relação às concorrentes. O impacto foi tão forte que até hoje o slogan reverbera nas mentes brasileiras.

A Copa é o maior evento do mundo. Não o maior evento esportivo, mas o maior evento do mundo. Apenas esse dado já justificaria o enorme interesse publicitário sobre a competição. Somando a isso o fato de que o futebol é a maior paixão do povo brasileiro, descobrimos porque esse esporte é capaz de movimentar centenas de milhões de reais apenas em publicidade durante as Copas. No caso da Copa do Mundo de 2006, o favoritismo da seleção (não confirmado nos resultados) e o elenco aclamado pela

mídia mundial como um dos melhores de todos os tempos suscitou nos principais anunciantes do país altos investimentos publicitários.

Por exemplo, marcas como Itaú, Brahma e Vivo, que anunciaram durante a Copa, compraram cotas do futebol da Rede Globo, que custaram R\$ 83 milhões e cotas da Copa do Mundo, que custaram R\$ 59,5 milhões. Então, cada um desses anunciantes investiu mais de R\$ 140 milhões só no futebol da Globo. Fora anúncios na ESPN, Sportv, portais de Internet e etc.

Segundo Luiz Fernando Vieira, diretor de mídia da agência Africa, responsável pelas campanhas das marcas acima citadas, o futebol é visto pela mídia como um negócio:

Há muito tempo o futebol é um negócio, mas o povo não vê dessa forma. É só ir a um jogo de futebol para ver as pessoas se matando ali por causa de um lance. Uma das maiores audiências da Rede Globo aconteceu na Copa de 2002, no meio da madrugada. Não me lembro que jogo era, mas chegou a dar quase 70 pontos de audiência, às três horas da manhã! As pessoas morrem por causa de futebol. E continuam morrendo. Tem casos de enfarte durante um jogo. Então, para o público, isso não mudou. A inocência do futebol acabou, mas a paixão do público pelo esporte não. (http://portalimprensa.uol.com.br/mapadamidia/211_entrevista.asp.)

4.3 Futebol como meio

Como se nota, a mídia utiliza o futebol para atingir objetivos específicos. No processo de ser meio, ela desempenha não apenas o papel de meio de comunicação, mas também utiliza o próprio objeto a ser veiculado como um meio para alcançar outros fins. Apesar do discurso tanto dos locutores esportivos quanto dos anunciantes ser baseado numa suposta paixão por futebol, vemos que esse tema tem apenas um alvo: criar um vínculo com o público. Logo, percebemos que esse é um discurso forjado, que tem como intenção manipular o público por meio de suas emoções para atingir metas, que no caso contemporâneo são cifras e no caso da ditadura, poder.

É interessante notarmos como os dois pólos do processo comunicativo, a emissora de TV (emissor) e o telespectador (receptor), são ligados por um mesmo elo, o futebol, mas com objetivos completamente diferentes. Enquanto a emissora é integralmente racional na sua relação com o esporte, vendo-o como um negócio, o torcedor se enlaça com o futebol de maneira emotiva,

visando o esporte em si e as emoções que ele suscita em seu âmago. Essa é, basicamente, a equação que define o mercado do entretenimento, que é no que a mídia tem se tornado, inclusive em sua seção jornalística.

5 A imprensa — breve histórico e pólo ideológico

Neste capítulo mostraremos como a constituição histórica do jornalismo e seu plano ideológico delimitam sua missão e função social. Veremos que houve um passado em que o jornalismo não servia aos propósitos que serve atualmente, mas era usado para propaganda política, e veremos também, posteriormente, que há uma descaracterização em curso, que visa transformar a imprensa numa forma de entretenimento. No caso desse trabalho, referimo-nos ao âmbito do jornalismo esportivo.

Como parte das mudanças sofridas pelo jornalismo durante o século XIX, fato que veremos a seguir, houve uma distinção clara entre dois pólos dentro da imprensa: o econômico e o ideológico. Se por um lado o pólo ideológico vê o jornalismo como um serviço público, por outro o pólo econômico o vê como um negócio (TRAQUINA, 2004). O ideal, obviamente, seria que houvesse um equilíbrio entre as partes, mas o que notamos em uma sociedade neoliberal como a nossa é, cada vez mais, a descaracterização do pólo ideológico, que passa a se adequar às demandas do pólo predominante, o econômico.

5.1 Breve histórico

O jornalismo que conhecemos nos dias atuais é fruto de diversas mudanças sofridas ao longo do tempo. Antes do século XIX, a imprensa era utilizada apenas como um instrumento de propaganda política. Os jornais serviam a interesses partidários e eram, em seus conteúdos, totalmente tendenciosos e parciais.

O advento do século XIX trouxe várias mudanças que influenciaram a história do jornalismo, transformando completamente seu caráter. Segundo Nelson Traquina (2004), as principais mudanças foram: a industrialização da imprensa, sua decorrente expansão, o nascimento do mito do *Quarto Poder*, o surgimento de um novo paradigma, onde a imprensa passara a não mais ser usada para propaganda política, mas para fornecer fatos e informações, e, por último, a conquista de uma *autonomia relativa* no campo jornalístico, pois os profissionais da área passaram a viver do jornalismo, que por sua vez não dependia mais da política para se sustentar, graças à aparição da publicidade em suas páginas.

Além desses fatores, a comunidade jornalística lutou (e continua lutando) durante os últimos 150 anos em busca de um estatuto social comparado ao das profissões liberais. Tal luta fez com que essa comunidade desenvolvesse algumas características emblemáticas como, por exemplo, “uma vasta cultura rica em valores, símbolos e

cultos que ganharam uma dimensão mitológica dentro e fora da ‘tribo’ [jornalística]” (TRAQUINA, 2004, p. 126), dentre os quais podemos citar os jargões e o corporativismo.

5.2 O plano ideológico e o *ethos* jornalístico

Outra dessas características emblemáticas geradas pela luta por um estatuto social é o plano ideológico da profissão, onde fica “claramente esboçada uma identidade profissional, isto é, um *ethos*, uma definição de uma maneira de como se deve ser (jornalista)/estar (no jornalismo)” (TRAQUINA, 2004, p. 126).

Ethos é o conjunto de costumes, usos e caracteres humanos. O *ethos* jornalístico seria o exercício dessas práticas dentro do jornalismo. Segundo o sociólogo das profissões Everett Cherrington Hughes (1963), os membros de uma profissão se desenvolvem como um grupo distinto por meio de um *ethos* próprio.¹

5.2.1 Conceitos básicos do *ethos* jornalístico

No primeiro volume da obra *Teorias do Jornalismo*, Nelson Traquina (2004) faz um apanhado de declarações de cinco influentes jornalistas de Portugal e um dos Estados Unidos. Alguns dos conceitos mais recorrentes nas falas desses jornalistas, que expressam traços elementares do *ethos* jornalístico, foram: investigação e divulgação de informações sobre questões suspeitas ou insólitas, compromisso com a opinião pública, responsabilidade sobre aquilo que se divulga, dever de informar, função de porta-voz da população, papel de contra-poder, etc.

A análise de todos esses conceitos define com clareza que a imprensa possui um papel social a ela designado e que cabe somente a ela cumprir. A síntese de todos os conceitos expressos nas falas daqueles jornalistas deixa bem claro que:

O jornalismo [...] deve ser um veículo de informação para equipar os cidadãos com as ferramentas vitais ao exercício dos seus direitos e voz na expressão das suas preocupações [...] A imprensa atua como um elo indispensável entre a opinião pública e as instituições governantes. (TRAQUINA, 2004, p. 129)

¹ap. TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo - Volume I: Por que as notícias são como são?*, p. 126

Assim, visualizamos na descrição dos conceitos regentes da profissão jornalística, das suas funções sociais e de suas interações com outros setores da sociedade uma espécie de triângulo, no qual se situa em uma das pontas o Poder, isto é, o Estado, na outra o jornalismo e na terceira a opinião pública.

A função que o jornalismo exerce de *guardião dos cidadãos* (TRAQUINA, 2004) e seu título de *Quarto Poder* definem bem como ele interage com os outros pontos desse triângulo. Se por um lado ele está comprometido com a população e age por meio de uma dupla liberdade, a positiva e a negativa, que lhe permitem, respectivamente, informar e denunciar, visando beneficiar a sociedade, por outro lado o jornalismo põe em cheque o poder constituído, abrindo espaço para o debate público sobre ações e desmandos dos governos e denunciando possíveis escândalos.

Outra designação que o jornalismo recebe na teoria democrática é o de fórum popular. Via meios de comunicação, as diferentes opiniões presentes na sociedade podem ser ouvidas e discutidas.

6 Análise da produção jornalística esportiva

6.1 Coleta

Entre os dias 16 e 22 de outubro de 2006, período que compreendeu uma semana, foram coletadas matérias dos cadernos esportivos de três veículos: O Globo, Correio Braziliense e Folhaonline. Foram selecionadas, diariamente, três reportagens sobre futebol de cada um desses veículos. A escolha desses veículos visou a realização de um enfoque local (Correio Braziliense), nacional (O Globo) e eletrônico (Folhaonline) da produção jornalística esportiva brasileira.

6.2 Resultados

O resultado foi que, das 63 reportagens analisadas, apenas uma abordou temas sociais. Foi a matéria de título *Uma lição para os mais velhos – Jovens discutem violência do futebol*, publicada no caderno Esportes, do jornal O Globo, do dia 18. Trata-se de uma reportagem sobre um grupo de estudantes que realizou um trabalho escolar que abordava o tema da violência nos estádios de futebol do Brasil. A iniciativa de O Globo é duplamente louvável. Não apenas pela perspectiva social dentro do esporte, mas também por dar voz à juventude, divulgando suas idéias e abrindo espaço para o debate. Detalhe: a matéria foi capa do referido caderno.

As demais reportagens estudadas não apresentaram nenhuma variação em seus conteúdos: notícias sobre treinamentos que precedem jogos, perfis e curiosidades sobre a vida particular dos jogadores, informações de jogadores contundidos ou retornando de contusões e descrição das partidas realizadas, seus placares e principais jogadas.

Para exemplificação, citaremos um trecho de reportagem, que demonstra a total ausência de temas sociais no jornalismo esportivo praticado nos veículos estudados:

Nunca houve um vencedor nos jogos entre Brasiliense e Marília. Os times se enfrentaram cinco vezes. Ficaram em duplo 1 x 1 na Série C nacional e no 2 x 2 em amistoso, todos em 2002. Além disso, houve 0 x 0 nas séries B de 2003 e 2004. Mas o tricampeão candango terá de acabar com essa escrita hoje, às 20h30, no Serejão, se quiser se aproximar do bloco dos líderes da Série B do Campeonato Brasileiro. As duas equipes disputam, enfim, o jogo

atrasado da 18ª rodada, adiado do dia 19 de agosto por falta de segurança nos estádios do Distrito Federal. (Correio Braziliense, 17/10/2006, p.33)

Em contrapartida, pode-se perceber na matéria do jornal O Globo que trata da violência nos estádios brasileiros, uma preocupação social explícita. É uma vitória para o jornalismo a conquista de um espaço de destaque em um dos principais veículos do país para a abordagem de um tema social: Outro fator importante desta reportagem é sua estrutura, que privilegia muito mais as declarações dos jovens (aspas) do que propriamente o discurso do repórter. Vejamos um trecho da reportagem:

Os quatro [alunos] sabem que a violência e o próprio problema do racismo estarão presentes ainda por muito tempo nos campos de futebol, principalmente pela impunidade existente. (O Globo, 18/10/2006, capa do caderno Esportes)

7 Conclusão

Dentro dos objetivos propostos nesta monografia, de investigação das relações entre futebol, imprensa e sociedade, pudemos concluir que existem fortes ligações entre os três. O futebol, mais do que o papel de mero entretenimento que vem ocupando na sociedade pós-moderna, possui, certamente, ligações históricas, culturais e sociais com a própria constituição do povo brasileiro.

A quase total falta de presença de temas sociais na produção do jornalismo esportivo brasileiro reflete uma triste realidade: a de que a imprensa, desviando-se de seu caráter de servidora pública, deixa de cumprir seu papel, acabando por se tornar um instrumento de alienação.

Compreendemos que não basta termos uma visão intelectual de um tema tão popular, o que, certamente, tornaria a aplicabilidade de tais idéias praticamente zero. Busca-se, mais do que isso, uma tomada de consciência dos membros da comunidade jornalística para o fato de que o futebol, devido ao poder de influência que possui junto à população brasileira, pode ser utilizado numa estratégia de *alfabetizar socialmente* a população. Isto pode ser feito por meio de matérias especiais, artigos, colunas e até mesmo reportagens cotidianas. Os exemplos estão em nossa história: Nelson Rodrigues e João Saldanha.

Certamente que o poder exercido pelo capital que rege os veículos de imprensa brasileiro não dá brechas muito largas para revoluções dentro das redações de nosso país. Mas, certamente, existem caminhos possíveis, viáveis. Basta que os produtores das notícias, os jornalistas, voltem ao seu *primeiro amor*, isto é, àquela paixão que houve outrora pelo compromisso social da imprensa, como podemos notar na fala de um certo editorialista do diário britânico *The Times*, publicada no dia seis de fevereiro de 1852:

A primeira obrigação da imprensa é a de obter a informação, o mais cedo e correto, sobre os acontecimentos, e divulgá-la, o mais depressa possível, para assim a transformar em propriedade da nação (...) A publicitação e a verdade são o ar e a luz da existência (...) Somos obrigados a dizer a verdade, tal e qual a encontramos, sem medo das conseqüências. (citado em TRAQUINA, 2004, p. 129)

Tais palavras que nortearam a vida daquele repórter deveriam ainda hoje, séculos depois, nortear as vidas dos jornalistas da contemporaneidade. Palavras como: missão, compromisso, responsabilidade, verdade e, certamente, patriotismo, farão da imprensa brasileira, cada vez mais, não apenas um elo de ligação

entre a população e o Estado, mas um elo de ligação entre o Brasil do presente e o Brasil que almejamos.

Os exemplos dados nesta monografia elucidam claramente que o futebol não só pode vir a ser, como já foi um instrumento poderoso na transformação da sociedade brasileiro, como no caso da inclusão social do negro. E também vimos que até mesmo a ditadura, décadas atrás, percebeu esse poder exercido pelo futebol sobre a sociedade e fez uso dele.

Cabe aos jornalistas de hoje perceberem esse nicho, que podemos chamar de um *jornalismo esportivo social*, que enxerga as partidas de futebol e as páginas dos cadernos de esporte não como mero entretenimento, mas como um instrumento, uma poderosa arma, para contribuir com o desenvolvimento do Brasil.

Referências

AGOSTINO, Gilberto. *Aquela corrente pra frente: objeto de politicagem e de interferências por parte do governo, nos tempos da ditadura militar o futebol brasileiro foi assunto de segurança nacional*. Nossa História. v.2 n.14, p. 14-20, dez. 2004

FILHO, Mario. *O negro no futebol brasileiro*. 4. Ed. Rio de Janeiro: FAPERJ, 2003

MANHÃES, Eduardo Dias. *João sem Medo - Futebol-Arte e Identidade*. Campinas: Pontes, 2004

MATTA, Roberto. *Universo do Futebol*. Rio de Janeiro: Pinakothèque, 1982

OLIVEIRA, Maura. *A comunidade imaginada do futebol: estratégias midiáticas na enunciação esportiva*. Animus: revista interamericana de comunicação midiática, v.3 n.1, p. 80-89, jan. / jun. 2004

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de Discurso*. 4. Ed. Campinas: Pontes, 2002

RODRIGUES, Nelson. *À sombra das chuteiras imortais: crônicas de futebol*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. 2. Ed. Florianópolis: Insular, 2005

Entrevista com Luiz Fernando Vieira. Disponível em:
<http://portalimprensa.uol.com.br/mapadamidia/211_entrevista.asp>.